

ется как специализированная информация, направленная на узкоцелевую профессиональную аудиторию, так и информация разноплановая, которая заинтересует массовую аудиторию. Но в любом случае корпоративная пресса (речь идет о внутрикорпоративных, внешнекорпоративных, смешанных и рекламных изданиях), осуществляя свои функции и задачи, пишет о том, что будет интересно конкретной целевой аудитории.

Современное корпоративное издание – это, в первую очередь, инструмент управления информационными потоками (для себя и для чужих), аудиторией (персоналом, потребителями продукции и услуг предприятия или организации и деловыми партнерами) и формирования имиджа (положительного информационного пространства о предприятии или организации, ее деятельности, продукции и возможностях). Корпоративная пресса – это интегрирование журналистики и пиар-технологий. В условиях временных трудностей экономического развития важность корпоративных изданий возрастает. Правильно разработанная маркетинговая и творческая политика редакции принесет устойчивость на медиарынке, популярность у целевой аудитории и эффективность в выполнении функций и задач, поставленных перед корпоративными СМИ.

Марына Прахэрэня

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

«ПРАГРАМА МЯСЦОВАЙ ГАЗЕТЫ». ПАТРАБАВАННІ ДА ІНФАРМАЦЫЙНАГА ЗМЕСТУ ПАВЯТОВАЙ ПРЭСЫ (1920–1922 гг.)

Пасля другога абвяшчэння БССР як суверэнная дзяржава існавала ў межах шасці паветаў (Бабруйскі, Барысаўскі, Ігуменскі, Мазырскі, часткова Мінскі і Слуцкі) былой Мінскай губерні. Яе плошча складала 52,4 тыс. км², а насельніцтва 1 544 000 чал. [1, с. 325]. Пасля разбуральных наступстваў Кастрычніцкай рэвалюцыі, Першай сусветнай, грамадзянскай і Савецка-польскай войнаў у краіне панаваў глыбокі сацыяльна-эканамічны і палітычны крызіс. З мэтай аднаўлення эканомікі і ўмацавання савецкай улады ў сакавіку 1921 г. на X з’ездзе РКП(б) была зацверджана новая эканамічная палітыка (нэп).

Беларускі друк у перыяд правядзення нэпа набыў новыя якасці. Менавіта сродкі масавай інфармацыі сталі тым фактарам, які павінен быў аб’яднаць нацыю і дапамагчы пабудаваць грамадства на новай сацыялістычнай аснове. Друк становіўся масавым. Выданне газет і часопісаў было арганізавана па рэгіянальным прынцыпе: выходзілі рэспубліканскія, губернскія і павятовыя выданні. Калі выпуск дзвюх першых катэгорый у той час быў больш-менш уладкаваны, то арганізаваць выхад павятовых сродкаў масавай інфармацыі

было дастаткова складана. Справа ў тым, што не ўсе гарады мелі свае друкарні, не хапала кваліфікаваных газетных работнікаў, паперы. Аднак у хуткім часе гэтыя цяжкасці былі пераадолены. У БССР даставілі друкарскае абсталяванне, шрыфты, паперу. У выніку ў канцы 1920 г. былі адноўлены і пачалі працаваць друкарні ў Мінску, Бабруйску, Барысаве, Слуцку. Выйшлі наступныя газеты: «Бедняк» у Барысаве, «Коммунист» у Бабруйску, «Голос труженика» ў Чэрвені, «Пролетарское слово» ў Мазыры.

Павятовыя выданні аказвалі значны ўплыў на грамадскую свядомасць, паколькі яны былі набліжаны да канкрэтных праблем палітычнага і гаспадарчага жыцця сваёй мясцовасці. Афіцыйныя ўлады разумелі, што менавіта гэта прэса здольная кансалідаваць грамадства. Таму пытанні мясцовага друку неаднаразова абмяркоўваліся на самым высокім узроўні – на з'ездах, канферэнцыях і сходах партыйных работнікаў. Іх рашэнні знайшлі адлюстраванне ў шматлікіх дэкрэтах, пастановах, рэзалюцыях аб друку. Лісты з рашэннямі і пастановамі дасылалі на месцы.

Так, у красавіку 1921 г. кожны павятовы камітэт атрымаў ліст з ЦК РКП(б) з пастановай «Аб праграме мясцовай газеты» [2, с. 233–236]. Мясцовыя камітэты і газеты павінны былі прыняць гэту праграму і прытрымлівацца яе ў сваёй дзейнасці. Дакумент змяшчаў пералік тэм, якія павінны разглядацца на старонках выданняў. Прадугледжвалася асвятленне пытанняў сельскагаспадарчага будаўніцтва, фабрычна-заводскай прамысловасці, народнай асветы, партыйнага і чырвонаармейскага жыцця. Адзначалася, што тэмы, якія ўказваліся ў праграме, не могуць закранацца ў кожным нумары газеты, але на працягу пэўнага прамежку часу яны павінны быць адлюстраваны на старонках выданнях абавязкова. Акрамя таго, пералік тэм мог дапаўняцца і змяняцца ў адпаведнасці з мясцовымі ўмовамі.

Так, блок па сельскагаспадарчым будаўніцтве павінен быў утрымліваць інфармацыю па пытаннях, звязаных з сельскай гаспадаркай, там жа вялося тлумачэнне дэкрэтаў і мясцовых распараджэнняў. Разглядаліся прапановы па арганізацыі мясцовага транспарту, падвядзенню вынікаў мерапрыемстваў па паляпшэнні сельскай гаспадаркі. Расказвалася пра жыццё лепшых сялянскіх гаспадарак і крытыкаваліся горшыя.

У матэрыялах аб будаўніцтве фабрычна-заводскай прамысловасці павінны былі пісаць аб рабоце і стане мясцовых фабрык, заводаў, цэхаў, майстэрняў, прадпрыемстваў, ушаноўваць герояў працы і юбіляраў, крытыкаваць гультаёў і прагульшчыкаў, асвятляць поспехі і няўдачы ў рабоце і тлумачыць іх прычыны, весці прапаганду аховы працы, расказваць пра дзейнасць прафсаюзаў. Што датычылася пытанняў гарадской гаспадаркі, то тут мясцовым выданням рэкамендавалася аналізаваць дзейнасць усіх савецкіх устаноў, тлумачыць сутнасць іх мерапрыемстваў, агітаваць за падтрымку і выкананне распараджэнняў.

Асабліваю ўвагу павятовыя газеты надавалі пытанням народнай асветы – ліквідацыі непісьменнасці, працы мясцовых школ, клубаў, тэатраў, папулярызавалі навуковыя веды, гісторыю свайго краю. Мясцовым выданням нават рэкамендавалася «не абмінаць пытанні барацьбы з самагоншчынай і картамі» [2, с. 235].

Матэрыялы, прысвечаныя партыйнаму жыццю, Чырвонай Арміі часта змяшчаліся ў павятовых газетах. Тут расказвалася аб палітычнай рабоце ў асяроддзі ваеннаслужачых, апісваўся быт чырвонаармейцаў і метады барацьбы з дызертырствам.

У «Праграме мясцовай газеты» неаднаразова падкрэслівалася, што на першым месцы ў павятовым выданні павінна знаходзіцца жыццё павета. Далей па значнасці была інфармацыя аб губерні, потым – аб рэспубліцы. Напрыканцы – замежныя навіны. Пастаянныя рубрыкі былі не абавязковымі, патрэбна было выдзяляць толькі галоўнае і істотнае. Таксама адзначалася, што ў адным нумары дастаткова толькі аднаго перадавога артыкула, які павінен насіць канкрэтна-фактычны характар. Гэты артыкул мог займаць ад 60 да 80 радкоў. Агульнарэспубліканскую інфармацыю трэба было падаваць у форме камбінаваных зводак. З замежнага жыцця выбіраць толькі галоўныя падзеі і факты, якія таксама падаваць у форме камбінаваных зводак. Перадавы артыкул, агульнарэспубліканская і замежная інфармацыя павінны былі займаць толькі трэцюю частку газеты.

Савецкае кіраўніцтва разумела, што чытачамі павятовых газет былі пераважна малапісьменныя, а часам і зусім непісьменныя людзі. Таму матэрыялы павінны былі быць адаптаваны для такога чытача. Адзначалася, што акрамя зместу, неабходнага большасці чытачоў, матэрыялы трэба рабіць яшчэ і зразумелымі. Артыкулы і нататкі, і наогул проста выразы, павінны быць кароткімі, пабудаванымі па ясным, выразным плане. Невядомыя факты і геаграфічныя назвы неабходна абавязкова растлумачыць. Чытачу трэба было дапамагчы зразумець кожны друкаваны радок, кожнае слова ў газеце.

Каб павялічыць папулярнасць выдання, рэкамендавалася друкаваць матэрыялы вялікім і выразным шрыфтам. Адзначалася, што раней у многіх мясцовых газетах ідэалам набору і вёрсткі служыла разнастайнасць шрыфтоў і бессістэмнасць у размяшчэнні матэрыялаў. Асноўнае патрабаванне вёрсткі заключалася ў тым, каб чытач хутка змог зарыентавацца ва ўсім матэрыяле, які быў змешчаны ў газеце. Для гэтага было неабходна рабіць сістэматычны і звыклы падбор, сутнасць кожнага артыкула ўмела падкрэсліваць загалоўкам.

Такім чынам, савецкая ўлада фактычна прاپісала ўсе ўмовы, неабходныя для паспяховага, на яе думку, функцыянавання павятовай прэсы. Аднак, нягледзячы на ўсе мерапрыемствы (перавод друку на гаспадарчы разлік, умацаванне паліграфічнай базы, пастаянныя рэкамендацыі па

ўдасканаленні дзейнасці і г.д.), агульны культурны і палітычны ўзровень павятовых выданняў з'яўляўся невысокім. Газетам па-ранейшаму не хапала матэрыяльных сродкаў і прафесійных кадраў.

У 1924 г. паветы былі ліквідаваны. Цэнтрамі мясцовага жыцця сталі акругі. Функцыі павятовага друку былі перададзены акруговым газетам. Летам 1922 г. ЦБ КП(б)Б прыняло пастанову аб закрыцці павятовых беларускіх газет (акрамя газеты «Коммунист» у Бабруйску). Выданне павятовых газет пазней стала добрым падмуркам для ўзнікнення у 1930-х гг. масавага раённага друку.

Літаратура

1. Гісторыя Беларусі. У 2 ч. Ч. 2. XIX–XX стагоддзі: курс лекцый / П.І. Брыгадзін, У.Ф. Ладыеў, П.І. Зялінскі і інш. – Мінск: РІВШ БДУ, 2002. – 656 с.
2. О партийной и советской печати. – М.: Правда, 1954. – 692 с.

Вікторыя Пяткевіч

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

МОЎНЫ ЎЗРОВЕНЬ МЕДЫЯПРЭЗЕНТАЦЫІ КРАІНЫ Ў ЭФІРЫ МІЖНАРОДНАГА РАДЫЁ «БЕЛАРУСЬ»

Сродкі масавай інфармацыі ў сучасным грамадстве ўтвараюць тэкстава-ідэалагізаваную «аўдыя-іканасферу», у якой жыве чалавек і якая служыць выразнай канцэптуалізацыяй рэчаіснасці. Мовай і мэтай камунікацыі ў грамадстве становяцца вобразы, створаныя масмедыя. Менавіта ў СМІ найбольш выразна выяўляецца функцыя ўздзеяння мовы, таму што масавая інфармацыя мае ўсеабдымны і адначасова выбарчы характар [2, с. 18]. Змест любога эфіру вызначаецца ініцыятарам тэксту, камунікатыўны намер (інтэнцыя) якога трансфармуецца ў камунікатыўную дзейнасць, арыентаваную на шырокую аўдыторыю.

Асабліваасці выкарыстання семантычных сродкаў медыяпрэзентацыі Рэспублікі Беларусь у эфіры міжнароднага радыё «Беларусь» вызначаюцца функцыянальным прызначэннем гэтага масмедыя. Камунікатыўная мэта міжнароднага радыёвяшчання накіравана на стварэнне пазітыўнага медыявобразу краіны, тлумачэнне асноўных аспектаў яе ўнутранай і знешняй палітыкі, фарміраванне спрыяльнага іміджу за мяжой для рэалізацыі нацыянальных інтарэсаў [6, с. 48].

Эмпірычны матэрыял (40 гадзін беларускамоўнага інтэрнэт-вяшчання радыё «Беларусь» за 2014 год) дазваляе прасачыць ключавыя характарыстыкі агучнага радыётэксту і вызначыць асноўныя стратэгіі маўленчага ўздзеяння, праз якія прамым або ўскосным спосабам фарміруецца ілакутыўная мэта.

Паводле тэорыі маўленчых актаў Джона Осціна, любое выказванне можа разглядацца як ілакутыўны акт, праз які перадаюцца пазамаўленчыя